



здоров'я у просторі і часі є змінними. Пріоритетними у визначенні здоров'я за сучасних умов є також соціально-економічні детермінанти: дохід та його розподіл; зайнятість; умови праці та безробіття; житлові умови; соціальний захист; соціальний капітал; соціальні конфлікти; освіта, гендер тощо.

Шилепницький П. І.
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В МЕДИЦИНІ

*Кафедра соціальної медицини та організації охорони здоров'я
Буковинський державний медичний університет*

Загальновідомо, що маркетинг – вид людської діяльності, спрямований на задоволення нужд і потреб шляхом обміну. Традиційно вважається, що маркетинг є інструментом комерційної діяльності, позаяк дозволяє поглиблено вивчати ситуацію на ринку та якомога ефективніше реагувати на її зміни. Однак, останнім часом маркетингові підходи активно застосовуються в інших сферах, у тому числі і соціальній, включаючи і охорону здоров'я.

Метою дослідження є дослідження особливостей застосування маркетингу у сфері охорони здоров'я. Завдання є наступними: 1) дати визначення маркетингу; 2) дослідити особливості застосування маркетингу в медицині. Матеріалами слугували публікації вітчизняних і зарубіжних науковців та експертів міжнародних організацій

Виходячи з багатьох визначень, запропонованих як вітчизняними, так і зарубіжними дослідниками, маркетинг можна визначити як сукупність дій, які підприємство вчиняє з метою виявлення потенційних потреб ринку, способів їх задоволення, залучення клієнтів та досягнення в результаті цього цілей самого підприємства. Маркетинг у галузі медицини має свою специфіку, яка є наступною: маркетинг медичних послуг відрізняється насамперед характером попиту на медичні послуги; бенефіціар не може бути ціллю маркетингової кампанії, а лікар є тим, хто вирішує, що, де, коли і скільки буде надано для певної послуги; особою, що приймає рішення, може бути лікар, представник страхової компанії, член сім'ї; послуги охорони здоров'я також різняться тим, що товар може бути дуже складним і його неможливо легко концептуалізувати; багато процедур, що застосовуються в охороні здоров'я, особливо на основі технологій, є складними та важкими для пояснення людині, яка не спеціалізується на цій галузі; не всіх потенційних клієнтів вважають “бажаними” для певної послуги. Таким чином, маркетинг став на сьогодні необхідним інструментом успішного функціонування закладів охорони здоров'я.

СЕКЦІЯ 21
ФІЗИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В МЕДИЦИНІ

Fediv V.I.

QUANTUM DOT AS THE BASIS OF MULTIMODAL MOLECULAR IMAGING PROBES

*Department of Biological Physics and Medical Informatics
Bukovinian State Medical University*

In clinical research, computed tomography (CT), magnetic resonance imaging (MRI), positron emission tomography (PET), single-photon emission computed tomography (SPECT), ultrasound (US), and optical imaging (either by bioluminescence or fluorescence) are the most popular medical imaging modalities based on their widespread use (Fig.) (Zaidi H., 2009).

At present, a variety of different molecular imaging techniques have their advantages, disadvantages, and limitations. In order to overcome these shortcomings, researchers combine two or more detection techniques to create a new imaging mode, such as multimodal molecular imaging, which is convenient for obtaining some further information in diagnosis, treatment, and monitoring

The following advantages of multimodal molecular imaging should be emphasized: ability to get anatomic and functional data sets on the same equipment without moving the patient; a single probe helps to ensure the same pharmacokinetics and colocalization of signal for each modality if